

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN STUDIO MUSIK HAZ DI SURABAYA

## SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen



Oleh :

Moch Reza Pahlevie

0712010082 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2011

## KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan hidayah dan karunianya-Nya, sehingga penulisan dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN STUDIO MUSIK HAZ DI SURABAYA”

Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Pada kesempatan yang baik ini, perkenankan penulis dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati untuk menyampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu guna mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis dengan rasa hormat yang mendalam mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. H. R. Dhani Ichsanudin Nur, SE, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Rahman Amrullah Suwaidi, MS., selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Ibu Dra. Ec. Suhartuti, MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan, meluangkan waktu dan memberikan bimbingan guna membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendidik penulis selama menjadi mahasiswa.
7. Ucapan terima kasih kepada keluargaku, ayah, ibu dan kekasihku serta saudara yang senantiasa memberikan do’a dan dukungan baik moral maupun materiil dengan tulus ikhlas.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam melakukan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa isi dan cara penyajian skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran sangat penulis harapkan guna meningkatkan mutu dari penulisan skripsi ini. Penulis juga berharap, penulisan skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi acuan bagi peneliti lain yang tertarik untuk mendalaminya dimasa yang akan datang.

Surabaya, februari 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
ABSTRAKSI .....	ix
 BAB I      PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah. ....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
 BAB II      KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	5
2.2 Landasan Teori .....	6
2.2.1 Pemasaran .....	6
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	6
2.2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	7
2.2.2 Jasa .....	8
2.2.2.1 Definisi Jasa .....	8
2.2.3 Kualitas Layanan .....	11
2.2.4 Kepuasan Pelanggan .....	13

2.2.4.1	Faktor-faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan .	15
2.2.4.2	Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan .....	16
2.2.5	Kerangka Konseptual .....	18
2.2.6	Hipotesis .....	19
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Definisi Operasional Pengukuran Variabel .....	20
3.1.1	Definisi Operasional .....	20
3.1.2	Pengukuran Variabel .....	22
3.2	Teknik Penentuan Sampel .....	23
3.2.1	Populasi .....	23
3.2.2	Sampel .....	23
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.3.1	Jenis dan Sumber Data .....	24
3.3.2	Pengumpulan Data .....	25
3.4	Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	26
3.4.1	Teknik Analisi Data .....	26
3.4.1.1	Confirmation Factor Analysis .....	26
3.4.1.2	Asumsi Model ( Structural Equation Modelling ) .....	28
3.4.1.3	Pengujian Hipotesis dan Hubungan Kausal .....	31
3.4.2	Evaluasi Model .....	34

## BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	36
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	36
4.1.2 Jenis Usaha .....	37
4.1.3 Lokasi Perusahaan .....	37
4.1.4 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	37
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	39
4.2.1 Gambaran Umum dan Keadaan Responden .....	39
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	40
4.3.1 Uji Outlier Multivariabel .....	40
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	41
4.3.3 Uji Validitas .....	43
4.3.4 Uji Construct Reliability dan Variance Extracbed .....	44
4.3.5 Uji Normalitas .....	45
4.3.6 Analisis Model SEM .....	46
4.3.7 Uji Kausalitas .....	48
4.4 Pembahasan .....	49

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran .....	51

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Kriteria Goodness of Fit Indices .....	34
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	39
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Tabel 4.4.	Hasil Uji Multivariable .....	41
Tabel 4.5.	Hasil Reliabilitas Data .....	42
Tabel 4.6.	Hasil Validitas Data .....	43
Tabel 4.7.	Construct Reliability dan Variance Extracted.....	44
Tabel 4.8.	Uji Normalitas .....	45
Tabel 4.9.	Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices .....	47
Tabel 4.10.	Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Model One Step Approach Modifikasi .....	48
Tabel 4.11.	Hasil Pengujian Kausalitas .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Tabel 3.1.	Contoh Model Pengukuran Faktor Tangibel .....	27
Tabel 3.2.	Structural Equation Modelling Two Step Approach .....	32
Tabel 4.1.	Struktur Organisasi Studio Musik HAZ .....	38
Tabel 4.2.	Model Pengukuran Kausalitas One Step Approach .....	46
Tabel 4.3.	Model Pengukuran dan Struktural .....	47



PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
STUDIO MUSIK HAZ SURABAYA

Moch Reza Pahlevie

ABSTRAKSI

Konsep kepuasan dapat dikatakan masih bersifat abstrak, karena pencapaian kepuasan pelanggan merupakan proses yang sederhana, kompleks maupun rumit. Kepuasan atau tidak puasan pelanggan merupakan suatu penilaian mengenai apakah hasil pembelian memenuhi pelanggan atau tidak. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut ( word of mouth ) yang menguntungkan bagi perusahaan. Obyek penelitian disini adalah Studio Musik HAZ di Surabaya, dimana diperoleh informasi bahwa pada tahun 2009 – 2010 terdapat banyak keluhan dari pelanggan yang disebabkan karena pelayanan yang kurang memuaskan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan pada Studio Musik HAZ di Surabaya.

Variabel penelitian ini adalah kualitas layanan ( X ), kepuasan pelanggan ( Y ), dengan semantic diferensial scale sebagai skala pengukuran variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Studio Musik HAZ di Surabaya selama tahun 2009 – 2010 yang berjumlah 273 pelanggan, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modelling ( SEM ).

Berdasarkan hasil pengujian dengan teknik analisis SEM, berdasarkan pada hipotesis yang diajukan bahwa kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, berpengaruh signifikan dan terbukti kebenarannya.

Keywords : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam lingkungan bisnis yang makin kompleks dan dinamis, usaha dibidang studio musik menunjukkan persaingan yang makin tajam. Studio musik sebagai sarana untuk mengembangkan bakat dan minat dalam masyarakat baik perorangan maupun kelompok. Terutama dalam mendukung meningkatnya perkembangan musik di Indonesia. Oleh karenanya tidak mengherankan bila studio musik hadir di mana – mana. Salah satunya adalah studio musik HAZ.

Untuk meningkatkan persaingan dalam kondisi demikian, pihak pengusaha terdorong untuk lebih memperkuat basis strateginya dengan konsep seperti fokus pada pelanggan untuk tetap dapat mengakses pasarnya secara menguntungkan dan menjamin pertumbuhan berkelanjutan. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan, bisnis dalam sektor intertainment adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan tinggi yang nampak dalam kinerja atau performa dari layanan yang ada (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1985).

Selama ini konsep dan pengukuran kualitas jasa atau layanan telah berkembang dengan pesat. Salah satu kontributor yang sering dipakai dalam mengembangkan pengukuran kualitas jasa atau pelayanan adalah alat ukur kualitas layanan yaitu SERVQUAL (service quality) dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithamal, Berry (1988) dari skala servqual ini, mereka berpendapat bahwa dalam mengevaluasi kualitas jasa atau layanan, pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Dalam

kenyataannya, beberapa konsep menyebutkan bahwa gambaran ke lima dimensi (tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy) yang sering digunakan dalam servqual untuk menilai kualitas jasa atau layanan.

Kotler (2000) menyebutkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya. Untuk itu sangatlah penting bagi suatu perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggannya, karena pelanggan yang puas akan menceritakan kepuasannya kepada konsumen yang lain dan juga akan melakukan pembelian ulang. Demikian halnya dengan Studio musik HAZ di Surabaya yang saat ini sedang giat – giatnya melakukan pemasaran jasa, dengan cara memberikan fasilitas peralatan yang lengkap, parkir luas, karyawan berpengalaman serta harga terjangkau dengan layanan memuaskan menyebabkan banyaknya alternatif pilihan mengarah pada prioritas dalam segi kualitas. Sedangkan hampir diseluruh pelosok orang di Surabaya mengenal studio musik dan bisa dikatakan studio musik telah membudaya dikalangan anak muda. Akan tetapi melalui kotak saran yang disediakan oleh pihak Studio musik HAZ dan data dari hasil wawancara dari pihak bagian operator Studio musik HAZ di Surabaya banyak sekali pengaduan diberikan pelanggan. Terbanyak pengaduan yang diberikan oleh pelanggan adalah kualitas layanan tenaga operator dan masalah teknis. Hal ini dapat dibuktikan dari banyaknya pengaduan yang dilakukan oleh pelanggan pada tahun 2009 sebanyak 82 dari 273 pelanggan dan pada tahun berikutnya 2010 sebanyak 174 dari 273 pelanggan (Sumber Studio musik HAZ di Surabaya) banyaknya keluhan yang diajukan oleh pelanggan adalah kualitas layanan petugas operator yang pada saat melakukan tugasnya kurang ramah hal ini kemungkinan disebabkan karena banyaknya pelanggan datang melebihi kapasitas. Selain itu masalah teknis juga mempengaruhi jumlah pengaduan. Oleh karena itu hal

ini harus di antisipasi agar tidak tersaingi oleh Studio - studio musik lainnya, sehingga dapat menjadikan permasalahan dalam penelitian ini karena pihak Studio musik kurang memberikan kepuasan pada pelanggan. Dari penjelasan diatas dapat dijadikan acuan bagi Studio musik HAZ di Surabaya untuk mengurangi tingkat komplain. Sehingga dengan dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang sesuai atau lebih apa yang mereka harapkan akan dapat memuaskan pelanggan. Menurut Edvardsson ( 1988, 91 ) kualitas adalah bagaimana cara untuk mencari tahu apa yang menciptakan nilai bagi konsumen dan perusahaan harus memberikan nilai tersebut.

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Studio musik HAZ di Surabaya”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah

Apakah kualitas layanan Studio musik HAZ Surabaya terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

Untuk menganalisis kualitas layanan Studio musik HAZ yang dibentuk oleh dimensi tangible, dimensi reliability, dimensi responsiveness, dimensi assurance dan dimensi empathy pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Studio musik HAZ di Surabaya.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini adalah :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan Studio Musik Haz Surabaya. Sehingga menjadi masukan untuk perusahaan sebagai jalan meningkatkan kualitas studio musik.

Hasil penelitian ini dapat mengembangkan pengetahuan dibidang pemasaran karena dengan adanya pengetahuan dan penulisan skripsi, penulis dapat mengetahui teori – teori yang telah dipelajari ke dalam praktek – praktek yang sesungguhnya.